

## **СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Знания и информация являются главными факторами, которые определяют развитие современного общества. Это утверждение в настоящее время не подвергается сомнению. Любое государство, ориентированное на развитие, заинтересовано в такой системе образования, которая давала бы человеку возможность стать конкурентоспособным на внутреннем и мировом рынках труда. Интересы человека как конечного потребителя образовательных услуг игнорировать нельзя.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «Об образовании» от 19 марта 2002 г. № 95-З образование – это процесс обучения и воспитания в интересах человека, общества, государства, направленный на сохранение, приумножение и передачу знаний новым поколениям, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, нравственном, физическом развитии, а также подготовку квалифицированных кадров для отраслей экономики.

Образовательные услуги весьма специфичны. Их специфика проявляется в сочетании традиционных характеристик услуг (неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость) и присущих только им черт.

Для образовательных услуг характерна низкая степень осязаемости. Потребитель образовательной услуги, обратившись в учреждение высшего образования, не может заранее знать результат своего обучения. Он имеет возможность лишь косвенно судить о качестве услуги на основе собственного прошлого опыта, руководствуясь мнениями других потребителей и используя информацию рекламных обращений.

Вторая традиционная характеристика услуг проявляется через неразрывную связь образовательных услуг от источника: образовательная услуга не существует отдельно от учреждения высшего образования и его профессорско-преподавательского состава.

Качество образовательной услуги меняется в связи с изменением квалификации персонала, материально-технической базы и других неотъемлемых от учебного процесса элементов. Кроме того, любая замена преподавателя может изменить результат оказания образовательной услуги, а также спрос. Один и тот же преподаватель может провести занятия по-разному, в зависимости от своего душевного и физического состояния.

Несохраняемость образовательных услуг обусловлена тем, что человеку свойственно забывать полученную в процессе обучения информацию, а знаниям свойственно устаревать.

Характерной чертой образовательных услуг является то, что они не вещественны, т. е. они не могут накапливаться. Человек, потребляя образовательные услуги, накапливает знания, умения, навыки, но это результат работы мозга и интеллекта человека, а не сами действия. Например, потребляя услуги в сфере профессионального образования, человек может накопить определенные знания, умения, навыки, развить свои интеллектуальные возможности. Но здесь есть тонкость: в этом случае накапливаются не сами услуги, не действия по формированию профессионального образования, а результаты этих действий.

Яркой специфической чертой образовательной услуги является активное участие потребителя в процессе предоставления образовательной услуги. Без его активного интеллектуального участия процесс теряет смысл.

Еще одной специфической чертой образовательных услуг является то, что потребитель, оплачивая (не оплачивая) получаемую образовательную услугу, ожидает в дальнейшем от этой услуги возможности получения дохода (в форме заработной платы).

Образовательные услуги дополняются сопутствующими услугами (предоставление общежития, медицинских услуг, спортивных центров, комбината питания и др.), которые сопровождают и облагораживают процесс обучения, решают бытовые и культурные запросы потребителей, придавая этим дополнительную ценность учреждениям высшего образования.

Особенностью образовательных услуг является удовлетворение духовных и интеллектуальных запросов личности и общества (социальная потребность в образовании).

Чрезвычайно важной особенностью образовательных услуг в сфере профессионального образования выступает обязательный государственный контроль качества их производства

(потребления). Контроль обусловлен тем, что выпускнику, прошедшему государственную аттестацию, выдается диплом установленного образца по определенной специальности с присвоением квалификации.

Таким образом, учитывая специфические черты и особенности образовательных услуг, можно дать следующее определение: образовательная услуга – это комплексный процесс, направленный на передачу знаний, умений и навыков общеобразовательного, профессионального характера потребителю с целью удовлетворения и развития личных, групповых и общественных потребностей.

Специфика образовательных услуг заключается в том, что их высокое качество зависит не только от профессорско-преподавательского состава, но и от их непосредственных потребителей – студентов, которые являются участниками образовательного процесса.

Понятие «удовлетворенность потребителей» представляет собой комплекс из большого числа компонентов, различных для разных производителей и потребителей. Удовлетворенность потребителей определяется качеством товара. Товар – это все то, что может удовлетворить желания или потребности потребителей. В нашем же случае товаром являются образовательные услуги. Под качеством же принято понимать способность товара (услуг) выполнять определенные функции. Необходимо уточнить, чем следует обосновывать суждения о качестве товара (услуги), удовлетворяющем потребителей.

Удовлетворенность связана с субъективным восприятием того, насколько поставщик услуг, в данном случае образовательных, отвечает потребностям или ожиданиям конкретного потребителя. При этом отражение качества услуги в сознании потребителя может подтверждаться или не подтверждаться реальностью.

Также при изучении степени удовлетворенности потребителей можно использовать оценки важности изучаемых показателей. Сравнение полученных оценок важности показателей с оценками степени их достижения или присутствия позволяет проверить, соответствует ли качество предлагаемой образовательной услуги ожиданиям потребителей. В общем случае следует ожидать, что достижение высокого значения более важного показателя ценится потребителем более высоко. Если отклонение в худшую сторону слишком велико, то товар (услуга) рассматривается потребителем как неудовлетворительный. В противном случае организация предлагает уровень качества, который потребителю не требуется. Отличное качество по второстепенному показателю бессмысленно; невысокое качество по показателю, определяющему выбор товара или услуги, напротив, может крайне отрицательно повлиять на имидж организации. В связи с этим полезно ранжировать показатели по важности, чтобы выявить показатели, на которых нужно сконцентрировать усилия.

Чтобы измерить степень соответствия образовательных услуг запросам потребителей, используют соотношение «удовлетворенность – важность», выраженное в процентах. Ответы на различные вопросы, касающиеся показателей, могут быть распределены по двум осям. Первая из них соответствует значению отношения «удовлетворенность – важность», а вторая – среднеквадратическим отклонениям. Точку пересечения осей обычно совмещают с единичным среднеквадратическим отклонением и со значением отношения «удовлетворенность – важность», равным 0,9.

Таким образом, можно сделать вывод, что имидж учреждения высшего образования складывается из суммарной оценки всех свойств и характеристик образовательной услуги и зависит от уровня ее престижности, типа потребителей. Образовательные услуги, предлагаемые учреждением высшего образования, имеют ярко выраженную специфику, что определяет выбор каналов и коммуникационных технологий их продвижения, диктует особую специфику взаимодействия с потребителями (целевыми аудиториями). Только с учетом данных особенностей возможно формирование эффективной маркетинговой политики учреждения высшего образования.